

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Komunikasi Massa dan Media Massa**

##### **2.1.1 Komunikasi Massa**

Komunikasi massa adalah proses penciptaan makna bersama antara media massa dengan khalayaknya. (Baran, 2012:7). Definisi Komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh bittner pada (Winarni, 2003:5) yaitu : “*Mass communication is message communicated through a mass medium to a large number of people*” yang berarti komunikasi massa merupakan suatu pesan yang dikomunikasikan melalui media massa kepada banyak orang. Ahli komunikasi lain yaitu Gerbner (1967) mendefinisikan bahwa komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berbasis teknologi dan lembaga dari arus pesan yang secara terus menerus dibagikan secara luas dalam masyarakat individu (*Mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies*). Yang berarti komunikasi massa akan menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan, produk yang berupa pesan tersebut kemudian didistribusikan dan disebarluaskan kepada masyarakat secara meluas, terus menerus dan dalam jarak waktu yang konsisten, sebagai contoh harian, mingguan, atau bahkan bulanan. (Ardianto, Komala, dan Karlinah, 2015:3)

Komunikasi massa menurut Rakhmat adalah jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonim, melalui

media cetak ataupun elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak (Winarni, 2003:6)

Pada hakikatnya komunikasi massa merupakan sebuah komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan media massa, baik itu media cetak seperti (surat kabar, majalah) maupun media elektronik yaitu (radio, televisi, dan film), yang kemudian dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan. Sebuah media dapat dikatakan sebagai media massa apabila massa/khalayak secara serempak memperhatikan pesan tersebut melalui media massa dan pada saat yang sama pula. Pesan-pesan komunikasi massa bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak, dan selintas, khususnya media elektronik. (Mulyana, 2010:83)

Dalam hal ini kita juga perlu membedakan arti massa yang berarti “umum” dengan massa pada komunikasi massa, agar tidak terjadi kerancuan dan perbedaan persepsi tentang arti massa itu sendiri. Massa dalam arti “umum” lebih mendekati arti secara sosiologis dimana massa dalam arti “umum” itu sendiri adalah sekumpulan individu yang berada pada suatu lokasi tertentu atau sekumpulan orang dengan jumlah besar yang berkumpul pada satu tempat. Namun massa dalam arti komunikasi massa sendiri berarti sebagai individu yang berkaitan dengan peran media massa, dengan kata lain orang yang menjadi penerima pesan. Oleh karena itu massa dalam arti komunikasi massa lebih merujuk pada khalayak, audience, penonton, pemirsa atau pembaca (Nurudin, 2007 : 4)

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa, syarat utama komunikasi massa adalah adanya media massa, dimana komunikasi massa sendiri adalah sebuah komunikasi yang dilakukan menggunakan media yaitu media massa. Seperti yang sudah dijelaskan pada (Nurudin, 2007 : 3) bahwasannya beberapa

definisi sebenarnya memiliki kesamaan definisi satu sama lain yang akhirnya dapat ditarik benang merahnya bahwa pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik).

### **2.1.2 Elemen Komunikasi Massa**

Dalam proses komunikasi massa terdapat beberapa elemen atau unsur-unsur yang menunjang proses komunikasi masa. Elemen-elemen ini mutlak adanya dalam setiap kegiatan komunikasi massa. Elemen-elemen dalam komunikasi massa tersebut meliputi :

#### **1) *Communicator* (Komunikator)**

Komunikator dalam komunikasi massa adalah elemen yang paling pertama dari beberapa rangkaian elemen komunikasi massa. Karena komunikator berfungsi sebagai sumber utama yang akan menyampaikan sebuah pesan.

Komunikator dalam komunikasi massa sangat berbeda dengan komunikator dalam komunikasi lain. Komunikator dalam komunikasi massa merupakan gabungan dari berbagai individu yang menjadi team dalam sebuah lembaga media massa. Dalam media cetak yang menjada komunikatornya adalah reporter, copyeditor, fotografer dan sebagainya. Begitu juga dalam media elektronik yang menjadi komunikator adalah pengisi program acara, pemasok program (*Production Home*), penulis naskah produser, aktor, presenter, penyiar berita, penyiar radio, personel tehnik, perusahaan periklanan, dan sebagainya. Individu dapat menjadi

kekuatan dominan, namun tim khusus, sejumlah staff ahli juga merupakan komunikator dalam komunikasi massa.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa yang menjadi komunikator dalam komunikasi massa bukanlah individu, melainkan sekumpulan orang yang bekerja sama satu sama lain dalam satu team. Meskipun ada orang yang dominan, pada akhirnya ia akan terbatasi oleh sekumpulan orang yang bisa disebut organisasi, lembaga, institusi, atau jaringan. Jadi, apa yang dikerjakan oleh komunikator dalam komunikasi massa itu atas nama lembaga dan bukan atas nama masing-masing individu dalam lembaga tersebut, dalam kata lain individu berada dibawah lembaga tersebut (Nurudin, 2007 : 96-97)

## 2) *Message* (Pesan)

Berbeda dengan pesan-pesan yang disampaikan melalui bentuk komunikasi antar pribadi, dalam komunikasi massa, pesan akan disampaikan secara massa. Maksudnya adalah pesan dalam komunikasi ditujukan untuk semua orang yang terjangkau oleh peristiwa komunikasi tersebut. Pesan dari komunikasi massa bersifat umum, sehingga pesan dapat diketahui oleh setiap orang. Siapa saja dapat menangkap pesan tersebut, menafsirkannya dan menggunakannya untuk kepentingan masing-masing. Pesan-pesan dalam komunikasi massa dapat dikelompokkan menjadi Pesan-pesan Informatif, edukatif dan persuasif. Pesan dalam komunikasi massa harus menggunakan media yang dapat digunakan sebagai alat untuk menyampaikan pesan kepada khalayak. Format penataan pesan akan

disesuaikan dengan media yang akan dipergunakan, karna setiap media mempunyai sifat dan karakteristik sendiri-sendiri. (Winarni, 2003:16)

### 3) *Media*

Untuk berlangsungnya sebuah komunikasi massa diperlukan adanya sebuah saluran yang memungkinkan untuk membawa pesan kepada khalayak. Saluran tersebut adalah media massa, saluran inilah yang akan digunakan sebagai alat untuk menyampaikan sebuah pesan komunikasi massa kepada khalayak. Media massa terbagi menjadi 2 antara lain :

- a) Media Cetak (*print media*) yaitu : Surat kabar, majalah, buku, pamphlet, brosur, foto dan sebagainya.
- b) Media Elektronik Yaitu : Radio, televisi, film, slide, video, media online (online) dan lain-lain. (Winarni, 2013:17)

### 4) Khalayak (Penerima Pesan)

Setiap komunikasi tentulah ditujukan kepada pihak tertentu sebagai penerima pesan yang disampaikan oleh komunikator. Dalam sebuah komunikasi massa penerima adalah mereka yang menjadi khalayak yang menerima sebuah pesan dari media massa yang bersangkutan, khalayak komunikasi massa bersifat luas, anonim dan heterogen. Yang berarti khalayak komunikasi massa bersifat luas karena pesan yang disampaikan tidak terbatas untuk orang-orang tertentu saja melainkan untuk siapa saja yang dapat menangkap pesan tersebut. Anonim yaitu antara komunikator dengan khalayak, khalayak dengan khalayak lainnya tidak saling mengenal. Heterogen yang berarti terdiri dari berbagai jenis dan latar belakang masing-

masing, seperti : usia, agama, jenis kelamin, tempat tinggal dan sebagainya.

(Winarni, 2003:17)

#### 5) *Filter*

Filter merupakan sebuah sudut pandang khalayak dalam mengartikan pesan yang mereka terima. Filter utama yang dimiliki oleh khalayak adalah panca indra yang terdiri dari : pendengaran, pengeliatan, perasaan, perabaan, dan penciuman. Sudut pandang khalayak dalam mengartikan pesan yang diterima dipengaruhi oleh tiga kondisi antara lain :

- a) Budaya : Khalayak akan mengartikan pesan dalam arti yang berbeda beda sesuai dengan latar belakang budaya khalayak.
- b) Psikologi : Pesan komunikasi massa yang disampaikan dari media massa akan diberti arti sesuai dengan *frame of refrence* (ruang lingkup pandangan) dan *field of experience* (ruang lingkup pengalaman khalayak).
- c) Fisik : Fisik meliputi fisik internal dan eksternal yang juga mempengaruhi khalayak dalam mempersepsi pesan dari komunikasi massa. Fisik internal dimaksudkan sebagai keadaan kesehatan seseorang. Jika khalayak dalam keadaan tidak sehat, maka ia akan mengabaikan pesan apapun walaupun pesan tertentu biasanya sangat menarik minatnya. Fisik eksternal yaitu keadaan lingkungan khalayak saat menerima pesan komunikasi massa. Sebagai contoh : khalayak merasa tidak nyaman saat membaca surat kabar dalam kendaraan umum yang sedang berjalan, sebaliknya khalayak akan

merasa nyaman saat menonton televisi pada sore hari sambil minum teh hangat. (Winarni, 2003:18)

#### 6) *Gatekeeper*

Dalam proses komunikasi massa, perjalanan sebuah pesan dari sumber media massa kepada khalayak melibatkan unsur yang disebut gatekeeper atau dalam bahasa Indonesia berarti penjaga gawang. Istilah ini menurut DeVito (1996) mengacu pada dua hal, yaitu : Proses dimana suatu pesan berjalan melalui berbagai pintu dan Orang atau kelompok yang memungkinkan pesan lewat.

Fungsi utama gatekeeper adalah menyaring atau menyeleksi pesan sebelum disampaikan kepada khalayak, agar media massa tersebut tidak “kebobolan” yang berarti agar media massa tersebut tidak diajukan ke pengadilan oleh pembacanya karena pesan berita yang kurang akurat ataupun berisikan pesan-pesan yang menyinggung reputasi orang lain sehingga dapat merugikan nama baik orang lain. Sehingga gatekeeper pada media massa akan memodifikasi dan membatasi pesan sebelum disampaikan pada khalayak. Gatekeeper dalam media massa terdiri dari : Editor surat kabar, penerbit majalah, produser berita televisi, produser film, manajer sebuah stasiun radio siaran dan lain sebagainya. (Winarni, 2003:19)

#### 7) *Regulator*

Regulator atau regulasi media massa adalah proses yang rumit dan harus melibatkan banyak pihak. Regulator bekerja diluar institusi media

yang menghasilkan berita. Perannya hamper sama dengan gatekeeper, akan tetapi regulator dapat menghentikan aliran berita dan menghapus suatu informasi, tapi tidak dapat menambah atau memulai informasi, bentuknya lebih seperti sensor.

Ada lima macam regulator pada proses komunikasi massa di Amerika Serikat :

- a) Pemerintah adalah regulator utama, meskipun undang-undang Negara menjamin kebebasan berkomunikasi
- b) Sumber informasi juga dapat mempengaruhi berita, dengan cara menahan beberapa informasi dan memberikan informasi lainnya.
- c) Pengiklan
- d) Organisasi profesi
- e) Konsumen komunikasi massa juga menjadi regulator komunikasi massa dengan cara mengontrol pembelian (sebagai contoh konsumen tidak membeli majalah-majalah yang vulgar sehingga perusahaan majalah tersebut akan bangkrut dan berhenti terbit) atau menggunakan hak-haknya di pengadilan. Di Indonesia yang termasuk kategori regulator adalah : pemerintah, perangkat undang undang, khalayak penonton, pembaca, pendengar, asosiasi profesi, lembaga sensor film, dewan pers, dan untuk media elektronik yaitu komisi penyiaran Indonesia (KPI).

Sebagai contoh peran regulator yaitu bank BCA yang mengadakan siaran acara “Gebyar BCA” disebuah stasiun TV, maka



selama tayangan tersebut tidak boleh ada iklan dari bank lain yang masuk. Atau bisa juga sebagai contoh narasumber yang melarang suatu media yang mengutip kalimatnya, jika tidak narasumber tersebut akan menggugat media yang bersangkutan. (Ardianto, Komala, dan Karlinah, 2015:39)

#### 8) *Feedback* (Umpan Balik)

Komunikasi adalah sebuah proses dua arah yang terdiri dari pengirim dan penerima pesan. Proses komunikasi massa belum lengkap tanpa adanya respon atau tanggapan dari khalayak kepada komunikator terhadap pesan yang telah disampaikan. Respon atau tanggapan inilah yang disebut sebagai *feedback*. Umpan balik yang terjadi dalam proses komunikasi massa dapat diuraikan sebagai berikut :

- a) *Internal Feedback* adalah umpan balik yang diterima oleh komunikator yang bukan berasal dari komunikan. Akan tetapi datang dari pesan atau dari komunikator itu sendiri. Ketika menyampaikan pesan, komunikator menyadari telah melakukan kesalahan, kemudian dia meminta maaf dan memperbaiki kesalahan tersebut.
- b) *External Feedback* adalah umpan balik yang diterima oleh komunikator dari komunikan. External feedback ini bisa bersifat langsung bisa juga tidak langsung. Feedback pada komunikasi massa cenderung bersifat representative, yang berarti tidak

langsung, tertunda, kumulatif dan terlambangkan. (Ardianto, Komala, Karlinah, 2015:46)

### 2.1.3 Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi merupakan peran atau sesuatu yang diperankan oleh suatu hal dalam kegiatan pihak lain. Yang artinya fungsi dapat dirasakan baik terhadap diri orang secara individual, kelompok anggota masyarakat, serta terhadap masyarakat secara keseluruhan. Charles R. Wright dalam tulisannya yang berjudul "*Functional Analysis and Mass Communication*" pada tahun 1960, yang mengkaji tentang fungsi komunikasi massa dalam kehidupan perorangan anggota masyarakat (*individual*), kelompok (*group*), dan masyarakat yang menyeluruh (*society*) baik yang terlihat nyata (*manifest*) maupun yang tidak terlihat nyata (*latent*). fungsi-fungsi tadi pertama-tama dikelompokkan menjadi: yang berfungsi sebagaimana mestinya (*function*) dan (*dysfunctions*) yang berfungsi tidak seperti semestinya yang diharapkan.

Mula-mula Harold D. Laswell mengemukakan fungsi komunikasi massa antara lain: memberi informasi, mendidik dan menghibur. Kemudian Charles R. Wright menambahkan fungsi komunikasi massa menjadi empat yakni :

a) *Surveillance* (Pengawasan)

Disebut juga pengawasan terhadap apa yang terjadi di lingkungan komunikasi massa akan terus menerus mencari tahu, menyelidiki, mengumpulkan informasi lalu menyebarluaskan kepada khalayak.

b) *Correlation* ( Kegiatan Menghubungkan)

Fungsi ini berperan untuk membantu mobilisasi yaitu menggerakkan masyarakat untuk suatu tujuan bersama. Yang artinya media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk *correlation* (menghubungkan) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu. Bagi individu fungsi ini memberikan efisiensi, yaitu dengan membaca media individu akan tertolong untuk mendapatkan berbagai macam informasi tanpa harus bersusah payah terjun kelapangan. Pemberitaan pada media massa yang disertai dengan analisis juga berfungsi preskripsi yang artinya dapat memberi resep terhadap khalayak dalam menghadapi suatu permasalahan.

c) *Transmisi Kultural*

Fungsi pewarisan budaya atau fungsi pendidikan dari komunikasi massa ini berperan meningkatkan keutuhan sosial dan mengurangi ketidakpastian ditengah masyarakat. Fungsi ini dapat berfungsi tidak seperti semestinya yang diharapkan (*dysfunctions*) yakni bagi masyarakat akan berkembang menjadi masyarakat massa, dan bagi individu akan terjadi depersonalisasi sosialisasi yaitu proses sosialisasi menjadi hampir sama bagi setiap orang, tidak terjadi kekhasan bagi setiap individu. Fungsi ini mengacu pada penyebaran budaya terhadap apa yang media massa sampaikan kepada khalayak. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar dan dibaca. Media mewakili kita dengan model peran yang kita amati dengan harapan untuk menirunya. Sebagai contoh banyak remaja yang melakukan kekerasan akibat dari menonton

sebuah film atau acara televisi yang mengisahkan tentang perkelahian seperti acara Smackdown di stasiun televisi Indonesia pada tahun 2000 silam (Winarni, 2003:45)

d) *Entertainment* (hiburan)

*Entertainment* atau hiburan untuk media elektronik menjadi fungsi dengan tingkat kedudukan paling tinggi dibandingkan dengan fungsi-fungsi yang lainnya. Karena pada umumnya masyarakat kita hingga saat ini masih menjadikan televisi sebagai media hiburan yang mungkin bisa dikatakan media hiburan utama. Dalam sebuah keluarga televisi menjadi salah satu hiburan yang dapat meningkatkan keintiman dalam keluarga dibalik kesibukan masing-masing tiap anggota keluarganya. Sebagai contoh suami yang capek setelah seharian bekerja, istri yang capek seharian mengurus urusan rumah tangga dan juga anak-anak sekolah. Kebanyakan mereka akan melepas rasa lelah mereka dengan berkumpul dan menonton televisi dimalam hari dengan acara-acara televisi yang memang sudah diatur dengan acara-acara penuh hiburan oleh stasiun televisi dijam-jam *prime time* yaitu antara pukul 19.00-21.00. Dengan demikian fungsi media massa sebagai hiburan bagi khalayaknya. Namun bukan berarti media cetak juga tidak menjadi fungsi hiburan. Memang media cetak tidak menempatkan fungsi hiburan diposisi paling atas, melainkan informasilah yang diutamakan. Namun demikian media cetak pun masih tetap harus memfungsikan hiburan, dengan memberikan gambar-gambar berwarna yang muncul disetiap halaman, adanya teka-teki dan juga cerita bergambar (cergam) yang

menjadikan media cetak juga memberikan layanan untuk fungsi hiburan (Nurudin, 2007 : 69-71).

#### **2.1.4 Film Sebagai Komunikasi Massa**

Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi yang dilakukan melalui media massa (Nurudin, 2007 : 4). Media massa itu sendiri dibagi menjadi dua macam yaitu, media cetak dan juga media elektronik. Media cetak terdiri dari surat kabar, majalah, buku, pamflet, brosur, foto dan lain sebagainya. Sedangkan media elektronik terdiri dari radio, televisi, video klip, media-media *online*, film dan lain sebagainya.

Film dapat dikelompokkan sebagai media massa elektronik. Melalui sebuah film komunikator dapat menyampaikan pesan kepada khalayaknya secara serempak. Film sebagai komunikasi massa karena film juga merupakan sarana yang dapat digunakan untuk menyampaikan sebuah pesan kepada khalayaknya, yaitu penonton dari film itu sendiri. Karena dalam proses pembuatan sebuah karya film, sutradara akan menyisipkan pesan-pesan dari sebuah karya film yang dibuatnya. Film merupakan media massa elektronik yang terdiri dari audio dan juga visual yang kemudian digunakan untuk menyampaikan pesan kepada banyak orang (khalayak) yang berkumpul pada suatu tempat gelap yang disebut bioskop.

### **2.2 Tinjauan Tentang Film**

#### **2.2.1 Definisi Film**

Film (gambar bergerak) merupakan salah satu bagian penting dari perkembangan kehidupan manusia untuk saat ini. Film adalah salah satu sarana *visualisasi* dari apa yang ada dalam pikiran manusia. Banyak hal

dalam kehidupan manusia yang dituangkan lewat sebuah karya film, baik kisah kehidupan, gosip, konflik ataupun rumor, dan tidak jarang kepercayaan yang berkembang dalam masyarakat (mitos).

Film juga dapat diartikan sebagai lakon (cerita) dari gambar hidup atau gambar yang bergerak. Ada juga yang menyebutkan bahwa film sebagai media komunal, perpaduan berbagai unsur teknologi dan unsur-unsur kesenian baik seni rupa, teater, sastra, arsitektur dan juga musik (Teguh, 2013 : 1-2).

Film bukan hanya sebagai media hiburan, melainkan media yang paling efektif untuk menyampaikan sebuah pesan (Teguh, 2013 : 7).

Dari beberapa definisi diatas sebenarnya dapat kita tarik satu kesimpulan. Karena beberapa definisi diatas sebenarnya memiliki kesamaan, bahwasanya film merupakan sebuah gambar yang bergerak (*visual*) yang dipadukan dengan suara (*audio*) yang didalamnya terdapat sebuah cerita. Lebih spesifik lagi film adalah perpaduan antara *audio* dan *visual* yang didalamnya terdapat sebuah cerita yang diperankan oleh tokoh-tokoh yang menjadi pemain dalam sebuah film.

### **2.2.2 Sejarah Film**

Film atau *motion picture* ditemukan dari perpaduan prinsip-prinsip fotografi dan proyektor. Film diciptakan pada saat industri Amerika menyambut baik setiap kehadiran alat-alat teknologi baru di massa itu. Banyak investor saling mencari hak paten pada alat-alat dan perangkat listrik baru. Kamera gambar gerak dan proyektor merupakan dua alat baru

yang hadir di masa revolusi industri. Film tidak ditemukan oleh satu orang saja, melainkan melibatkan 6 orang sekaligus yaitu: Etienne Jules Marey, Eadweard Muybridge, Thomas Edison, William K.L. Dickson, Auguste dan juga Louis Lumiere (Shirley, 2010:171).

Pada tahun 1877 Muybridge dan Stanford ingin mengetahui apakah empat kaki kuda meninggalkan tanah secara bersamaan saat berlari. Akhirnya mereka memasang 12 kamera untuk memfoto pergerakan kaki kuda saat berlari, satu foto menunjukkan bahwa keempat kaki kuda tersebut tidak meninggalkan tanah. Dari seri foto tersebut kemudian menjadi sebuah bahan study yang baik untuk mempelajari gambar bergerak. Akhirnya pada tahun 1882 Muybridge bertemu dengan Marey. Marey menyempurnakan kamera dengan sebuah kamera foto yang berbentuk senapan yang dapat mengambil 12 foto pada satu plate (piringan film) yang akhirnya menjadi kamera gambar gerak pertama (Shirley, 2010:172).

Film pertama kali dirilis pada tahun 1903. Film yang diambil dari kisah nyata mengenai perampokan kereta besar-besaran yang terjadi di Amerika Serikat. Film tersebut berjudul *"The Great Train Robbery"* yang ditulis oleh Thomas A Edison dan diproduksi oleh Edwin S. Porter. Film ini adalah film bergerak pertama yang dibuat meskipun masih hitam putih dan juga tanpa suara (Film Bisu) (Shirley, 2010:175)

### **2.2.3 Sejarah Perfilman Indonesia**

Perfilman Indonesia tidak terlepas dari kondisi dan lingkungan sekitarnya. Beberapa kali perfilman Indonesia mengalami masa-masa kritis

(suram) dalam sejarah perjalanannya. Sebelum dikenali sebagai film, dulu pada pertama kali kemunculannya di Batavia yang kini menjadi Jakarta, istilah film diebut dengan “Gambar Idoep” , yang untuk pertama kalinya gambar idoepp ini tiba di Batavia dan dipertontonkan pada masyarakat Indonesia pada tanggal 5 Desember tahun 1990 yang berlangsung di Tanah Abang, Kebonjae. Film pertama yang diputar adalah sebuah film documenter tentang peristiwa yang terjadi di Eropa dan Afrika Selatan , termasuk documenter politik yang berisi gambar Sri Baginda Maha Ratu Belanda bersama Yang Mulia Hertog Hendrig yang memasuki kota Den Haag. (Teguh, 2013:11-12)

Pada tahun 1926 bioskop peribumi di Bandung diramaikan oleh kemunculan film cerita lokal pertama yang berjudul “Loetoeng Kasaroeng”. Cerita yang diangkat dari legenda rakyat Jawa Barat, dan diproduksi oleh NV Java Film Company. Setelah sukses dengan Loetoeng Kasaroeng NV Java Company memproduksi film keduanya yang berjudul “Eulis Atjih”, Yang merupakan film dengan kisah drama modern yang pengambilan gambarnya juga dilakukan di Bandung. Kemudian ditahun 1928 Wong bersaudara memproduksi film yang berjudul “Lily Van Java” . Film-film yang diproduksi saat itu merupakan film tanpa suara (film bisu) (Teguh, 2013:14).

Produksi film lokal bicara (film bersuara) pertama kali pada tahun 1931 yang dilakukan oleh The Teng Chun dengan film perdananya yang berjudul ”Bunga Roos dari Tjikembang” namun hasilnya kurang memuaskan, hingga akhirnya muncul nama Albert Balink yang tercatat



dalam sejarah perfilman Indonesia sebagai orang pertama yang memproduksi film lokal berbicara terlaris. Film tersebut berjudul “Terang Boelan” (Teguh, 2013:15).

Setelah mengalami masa surut saat jepang menguasai Indonesia tepatnya di tahun 1942. Kemudian pada tanggal 6 Oktober 1945 lahirlah Berita Film Indonesia (BFI) yang kemudian bergabung dengan Perusahaan Film Negara yang sekarang berganti nama menjadi Perusahaan Film Nasional (Effendy, 1999:201-202 dalam Ardianto, Komala, Karlinah, 2015).

#### **2.2.4 Fungsi Film**

Fungsi film bagi khalayak yang utama adalah untuk mencari hiburan, alasan lain khalayak menonton film adalah menjadikan film sebagai pelepas lelah dari realitas nyata yang dihadapinya dan merupakan tempat pelarian sementara dari beban di kehidupan sehari-hari, dalam kata lain sebagai pelepas lelah setelah seharian beraktivitas. Bukan hanya itu, dalam film juga memiliki kandungan fungsi selain hiburan, fungsi itu dibagi menjadi 3 fungsi yaitu :

- a) Fungsi *Informatif* : Film memungkinkan khalayak untuk mendapatkan informasi dari sebuah film. Karena dengan menonton film penonton juga akan dapat memperoleh informasi baru dari film yang ditontonya.
- b) Fungsi *Persuasif* : Film juga dapat mempersuasif atau mempengaruhi audiencenya dengan pesan-pesan yang disisipkan

dalam sebuah film. Sebagai contoh penonton atau *audience* akan memiliki semangat Nasionalisme dan semangat untuk menjaga kebersihan lingkungan dan mencintai tanah air tercinta ini setelah menonton film 5cm. 5cm adalah sebuah film yang menceritakan 5 orang sahabat yang bersama-sama memanjat gunung semeru yang merupakan puncak tertinggi di pulau jawa, yang didalamnya banyak terkandung pesan nasionalisme dan memperlihatkan keindahan dan kekayaan tanah air kita dipulau jawa.

- c) Fungsi *Edukatif* : Film juga bisa juga difungsikan sebagai media edukasi bagi penontonnya. Dengan menanamkan pesan-pesan yang baik pada sebuah karya film atau dengan mulai membuat karya film dengan pesan moral yang baik yang dapat mengedukasi para penontonnya, terutama para generasi muda yang mana sebagian besar penikmat film biasanya adalah kalangan muda, sehingga dapat mengedukasi para generasi muda dalam rangka *nation and character building* ([www.landasanteori.com](http://www.landasanteori.com))

#### **2.2.5 Jenis-Jenis Film**

Film memiliki berbagai macam jenis antara lain :

- a) Film Dokumenter

Dokumenter adalah sebutan yang diberikan untuk film pertama karya lumiere bersaudara yang bercerita tentang sebuah perjalanan (*travelogues*) yang diproduksi pada tahun 1980 an. Film dokumenter menyajikan sebuah hal yang nyata (*realita*) melalui

berbagai macam cara dan juga dibuat dengan berbagai macam tujuan. Film dokumenter dibuat dengan senyata mungkin. Dengan memadukan visual yang seakan nyata tanpa adanya *settingan* dan seakan akan memang benar-benar nyata terjadi. Namun juga harus diakui bila film dokumenter selalu identik dengan tujuan penyebar informasi, pendidikan dan juga propaganda bagi kelompok tertentu. Sebagai contoh film dokumenter yang biasa ditayangkan dalam televisi adalah seperti *National Geographic* dan *Animal Planet* (Effendi, 2009 : 3-4).

b) Film Cerita Pendek (*Short Films*)

Film cerita pendek adalah film yang durasinya berada dibawah 60 menit. Berbeda dengan film-film yang biasanya ditayangkan dalam bioskop dengan durasi yang berada diatas 60 menit. Dibanyak Negara seperti Jerman, Australia, Kanada, dan Amerika Serikat film dengan cerita pendek biasanya digunakan untuk eksperimen sebelum membuat sebuah karya film yang panjang. Jenis film ini banyak dihasilkan oleh para mahasiswa/i khususnya yang berkonsentrasi pada audio visual. Selain itu film pendek juga biasa digunakan untuk sekelompok orang yang menyukai dunia film dan ingin belajar serta berlatih dalam dunia film dengan membuat film pendek dahulu. Walaupun demikian, ada juga sekelompok orang yang mengkhususkan diri untuk memproduksi film-film pendek yang kemudian dipasok pada saluran televisi, atau bahkan diikutkan dalam ajang festival film.

Berdasarkan penjelasan diatas, inti dari film cerita pendek adalah film dengan durasi yang lebih pendek dari film-film dibioskop, umumnya durasi film ini dibawah 60 menit (Effendy, 2009 : 4).

c) Film Cerita Panjang (*Feature-Length Films*)

Film cerita panjang adalah lawan dari film cerita pendek yang sudah dijelaskan diatas tadi. Film cerita panjang memiliki durasi diatas 60 menit, umumnya berdurasi antara 90-100 menit. Film cerita panjang sering kita temui dalam film-film yang diputar dalam bioskop (Effendy, 2009 : 4).

Sebagai contoh film “Dilan” film Indonesia yang baru-baru ini diputar dibioskop dengan durasi 110 menit, atau bahkan yang lebih panjang seperti film “Avengers : Infinity War”, film yang diproduksi di Amerika Serikat ini memiliki yang cukup panjang, yaitu dengan durasi 156 menit atau sekitar 2 jam 36 menit.

#### **2.2.6 Film-Film Jenis Lain**

Selain dokumenter, film cerita pendek dan juga film cerita panjang dalam Effendy (2009) juga menjelaskan tentang jenis-jenis film yang lain, film-film jenis lain antara lain sebagai berikut :

a) Profil Perusahaan (*Company Profile*)

Film ini biasanya diproduksi untuk kepentingan institusi tertentu yang berkaitan dengan kegiatan yang mereka lakukan. Dengan kata lain film ini dibuat untuk mempromosikan institusi tertentu dengan menjelaskan segala sesuatu yang ada dalam institusi

tersebut. Sebagai contoh tayangan “usaha anda” di saluran televisi SCTV, atau contoh yang dekat dengan kita seperti film pendek kampus Universitas Muhammadiyah Malang (UMM) yang berkisah tentang anak seorang petani yang sangat ingin berkuliah, dalam film bercerita ini secara langsung juga sebagai media promosi UMM itu sendiri. Artinya jenis film ini sendiri berfungsi sebagai media promosi sebuah institusi (Effendy, 2009 : 5).

b) Iklan Televisi (*TV Comercial*)

Film ini diproduksi untuk kepentingan penyebar informasi, baik tentang produk (iklan produk) ataupun iklan yang berupa layanan masyarakat (iklan layanan masyarakat). Iklan produk biasanya menayangkan produk yang diiklankan secara eksplisit (*to the point*) artinya ada stimulus audio-visual yang jelas tentang produk tersebut dan mempersuasi penontonnya untuk membeli produk tersebut. Sedangkan iklan layanan masyarakat (ILM) menayangkan kepedulian produsen suatu produk terhadap fenomena sosial yang diangkat sebagai topik iklan tersebut. Sebagai contoh produsen helm membuat iklan tentang keselamatan berkendara dengan menggunakan helm berstandart Nasional Indonesia (SNI). Dengan demikian iklan layanan masyarakat (ILM) umumnya menampilkan produk secara implisit (Effendy, 2009 : 5)

c) Program Televisi (*TV Program*)

Program ini diproduksi untuk dikonsumsi pemirsa televisi. Secara umum program televisi dibagi menjadi dua jenis yakni cerita dan non cerita. Kemudian di jenis cerita ini masih dibagi lagi kedalam dua kelompok, yaitu kelompok fiksi dan non fiksi. Kelompok fiksi biasanya memproduksi film serial (*TV Series*) seperti sinetron, FTV dan sebagainya. Sedangkan kelompok non fiksi biasanya menggarap aneka produk pendidikan, film dokumenter, atau profil tokoh dari suatu daerah tertentu. Sedangkan program non cerita sendiri biasanya menggarap produk *variety show*, *TV quiz*, *talk show*, dan liputan/berita (Effendy, 2009 : 6)

d) Video Klip (*Music Video*)

Video klip adalah sarana bagi produser music untuk memasarkan produknya melalui media televisi. Pertama kali dipopulerkan dalam saluran televisi MTV pada tahun 1981 di Indonesia, kemudian video klip berkembang menjadi sebuah bisnis menggiurkan seiring tumbuhnya televisi swasta. Akhirnya Video klip tumbuh menjadi aliran dan industri tersendiri. Banyak rumah produksi (*production home*) dengan mantap menjadikan Video klip sebagai bisnis utama (*core bisnis*) mereka. Tak kurang dari 60 video klip diproduksi tiap tahunnya di Indonesia (Effendy, 2009 : 6).

### 2.2.7 Konflik Dalam Film

Konflik-konflik dalam kehidupan berkelompok merupakan salah satu fenomena yang umumnya terjadi di dalam sebuah masyarakat. Konflik-konflik yang terjadi dalam kehidupan berkelompok dan merupakan hasil dari sebuah interaksi sosial yang di dalamnya terdapat benturan-benturan antara individu. Konflik tersebut yang akhirnya dijadikan oleh sutradara sebagai objek dalam menciptakan sebuah karya film.

Konflik menjadi suatu hal yang sangat penting dalam sebuah film, karena tanpa adanya sebuah konflik alur cerita dalam sebuah film akan terasa hambar. Selain itu konflik yang ditimbulkan oleh tokoh dalam cerita sebuah film mampu mendorong *audience* untuk benar-benar ikut merasakan bagaimana perasaan yang dialami oleh tokoh dalam film tersebut, hal itu dapat dirasakan karena pada umumnya konflik yang diangkat adalah konflik yang umumnya terjadi dalam kehidupan sosial (repository.usu.ac.id).

Banyak aspek yang dapat disajikan melalui sebuah film, misalnya: alur, cerita, karakter tokoh atau pemain dalam film, gaya bahasa, kostum, ilustrasi musik, dan *setting*. Apapun jenis ataupun tema sebuah film, film tak akan pernah terlepas dari sebuah konflik, oleh karena itu film akan selalu memiliki konflik didalam alur dan ceritanya. (repository.usu.ac.id)

## 2.3 Konflik

Secara etimologis, Konflik berasal dari kata “*confligere, conflictum*” yang artinya : pertentangan, pertikaian, bertolak belakang dan benturan. Jadi konflik dapat diartikan sebagai suatu perselisihan atau perbedaan paham antara seseorang

pada orang lain atau seseorang pada kelompok dan sebaliknya sehingga melahirkan ketidakharmonisan. (Masmuh, 2013:293)

Konflik merupakan salah satu fenomena yang terus melekat dari kehidupan dan perkembangan manusia yang beragam, dengan kata lain manusia memiliki karakteristik dan pandangan yang berbeda-beda. Manusia memiliki perbedaan jenis kelamin, strata sosial dan ekonomi, sistem hukum, bangsa, suku, agama, kepercayaan, budaya dan tujuan hidup masing-masing. Perbedaan inilah yang akhirnya dapat memicu timbulnya sebuah konflik. Selama ada perbedaan tersebut, konflik tidak akan dapat dihindari dan akan selalu terjadi (Wirawan, 2010 :1-2).

Dari penjelasan diatas dapat tergambar bahwasanya timbulnya sebuah konflik didasari oleh perselisihan, pertentangan ataupun perbedaan pandangan antara individu satu dengan individu lainnya yang didasari oleh banyak aspek, baik dari aspek budaya, agama, strata sosial, jenis kelamin, kepercayaan dan masih banyak aspek yang lainnya. Karena pada dasarnya manusia terlahir dengan karakteristik yang sangat beragam, keragaman itulah yang kemudian memicu timbulnya sebuah konflik.

### **2.3.1 Konflik dalam Karya Film**

Konflik dalam sebuah karya film dapat timbul karena adanya pertentangan-pertentangan atau benturan antar tokoh yang terdapat dalam karya tersebut, atau masalah-masalah yang timbul akibat adanya hubungan antara tokoh dalam sebuah cerita yang divisualisasikan dalam sebuah film. Seperti terjadinya penindasan, percekcoakan, peperangan ataupun kasus – kasus dari hubungan sosial lainnya. Nurgiyanto, (2010:122) mengatakan



bahwa konflik yang ditampilkan dalam sebuah karya film dapat menentukan kualitas, intensitas dan kemenarikan dari karya film itu sendiri. Bahkan dalam membuat sebuah ide cerita, konflik dalam cerita yang akan dibuat dapat dicari, ditemukan, diimajinasikan, dan dikembangkan berdasarkan konflik yang umumnya terjadi didalam kehidupan nyata.

### **2.3.2 Unsur Dalam Konflik**

Di dalam sebuah unsur konflik , mula mula terdapat dua pihak atau lebih yang terlibat. Dengan kata lain, terdapat interaksi sosial yang terjadi antara individu yang terlibat, antara lain :

1. Adanya tujuan yang menjadikan sasaran konflik. Tujuan itulah yang menjadi sumber konflik.
2. Adanya perbedaan pikiran, perasaan, tindakan diantara beberapa pihak yang terlibat untuk mencapai tujuan atau sasaran tertentu.
3. Adanya situasi konflik antara dua belah pihak yang saling bertentangan. Ini meliputi situasi antar pribadi, antar kelompok, dan antar organisasi (Allo Liliweri, 2005:249-251 dalam Masmuh, 2013:294)

### **2.3.3 Jenis-Jenis Konflik**

Dalam kehidupan berkelompok, lebih spesifik konflik dapat dibedakan menurut pihak-pihak yang terlibat atau pihak yang saling bertentangan menjadi 5 lima jenis konflik, yaitu :

1. Konflik dalam diri individu, yang terjadi jika seorang individu menghadapi ketidakpastian tentang pekerjaan yang ia harapkan

untuk melaksanakannya, bila berbagai permintaan pekerjaan saling bertentangan, bila individu diharapkan untuk melakukan lebih dari daripada kemampuannya, bila individu dihadapkan pada pilihan yang sama-sama menyulitkan dan bila keinginan individu bertentangan dengan kenyataan.

2. Konflik antar individu, Konflik ini adalah konflik yang timbul dikarenakan adanya perbedaan kepribadian yang mempengaruhi sudut pandang antara individu satu dengan individu yang lainnya.
3. Konflik antara individu dengan kelompok, yang berhubungan dengan cara individu menanggapi tekanan untuk keseragaman yang dipaksakan oleh suatu kelompok dilingkungan tertentu, Sehingga terdapat individu yang gagal beradaptasi dengan norma-norma kelompok dilingkungan tertentu.
4. Konflik antar kelompok, yang terjadi akibat pertentangan kepentingan antar kelompok, yang masing-masing kelompok pasti memiliki tujuan yang berbeda-beda untuk mereka capai.
5. Konflik antar organisasi, Konflik ini sering terjadi akibat tindakan yang dilakukan oleh anggota dari organisasi yang dapat menimbulkan dampak yang tidak baik bagi organisasi lainnya (Masmuh, 2013 : 297- 298).

#### **2.3.4 Konflik Sebagai Faktor Pendorong**

Konflik dapat terjadi karena adanya berbagai macam faktor yang menjadi pendorong terjadinya sebuah konflik, yang secara psikologis

dilakukan karena para pelaku konflik mengubah respons terhadap perubahan rangsangan sehingga mempengaruhi respon psikologis seseorang. Sebagai contoh ada satu pihak yang mengubah atau membuat klarifikasi baru yang berupa gagasan yang kemudian ditujukan kepada pihak lawan.

Ada beberapa kategori faktor pendorong yang memungkinkan kita untuk menentukan tipe konflik berdasarkan :

1. Konflik Internal : Konflik dalam diri sendiri atau konflik dalam batin individu, yang timbul karena adanya suatu keinginan, kemauan dan juga kecenderungan individu untuk mewujudkan keinginan pribadinya yang kemudian dapat merespons psikologis individu tersebut. Reaksi psikologis yang muncul dari dalam diri seseorang karena merasa keinginan atau kebutuhan pribadinya tidak dapat terpenuhi sehingga mempengaruhi psikologis atau batinnya yang kemudian memicu timbulnya konflik internal.
2. Konflik Eksternal : Bisa disebut sebagai konflik antar pribadi, karena konflik eksternal ditimbulkan karena adanya perasaan kurang senang antara dua belah pihak.
3. Konflik Realistik : Konflik yang bersifat realistis atau nyata dan sumber konfliknya dapat diketahui, sehingga konflik dapat dipecahkan.
4. Konflik tidak Realistik : Konflik yang bersifat tidak nyata, dikarenakan konflik ini terjadi karena alasan yang tidak jelas dan

sumber konfliknya tidak dapat diketahui, sehingga tidak bisa diketahui modus operandi-nya yang berfungsi sebagai benang merah untuk memecahkan konflik tersebut (Alo Liliweri, 2005 : 267-269 dalam Masmuh, 2013:301).

## **2.4 Frekuensi Kemunculan**

Frekuensi dapat diartikan sebagai tingkat keseringan dari terjadinya sesuatu yang terjadi dalam waktu-waktu tertentu. Frekuensi merupakan contoh atau jumlah dari timbulnya suatu fenomena dalam satu sample tertentu (Kartono, 2003 : 179).

Frekuensi juga dapat diartikan sebagai jumlah kejadian gejala pengukuran dalam satu interval kelas (Chaplin, 1989 : 199). Frekuensi juga dapat diartikan sebagai jumlah dari pengamatan atau pengukuran dalam satu kelas distribusi frekuensi (Soerjono Soekanto, 1993 : 122)

Maka dapat disimpulkan berdasarkan definisi diatas bahwa frekuensi kemunculan adalah keseringan sebuah kemunculan gejala atau fenomena yang terjadi dalam sebuah pengamatan ataupun pengukuran pada suatu interval kelas tertentu.

## **2.5 Analisis Isi**

Analisis kuantitatif harus dibedakan melalui jenis-jenis analisis isi lainnya. Seperti pada analisis isi kualitatif antara lain, semiotika, framing, wacana, naratif, dan masih banyak lagi. Secara umum, analisis isi kuantitatif dapat diartikan sebagai suatu teknik penelitian ilmiah yang ditujukan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan menarik kesimpulan dari isi. Analisis isi ditujukan untuk

mengidentifikasi secara sistematis isi dari sebuah komunikasi, dan dilakukan secara objektif, valid, reliabel, dan dapat direplikasi. (Eriyanto, 2011:15)

Menurut Holsti (1969:14) Analisis isi adalah suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi yang dilakukan secara objektif dan identifikasi sistematis dari karakteristik sebuah pesan. Definisi analisis isi yang lebih sederhana dikemukakan oleh Barelson (1952:18) yakni Analisis isi adalah suatu teknik penelitian yang dilakukan secara objektif, sistematis dan deskripsi kuantitatif dari isi komunikasi yang tampak (*manifest*). Definisi analisis isi yang lebih rinci dikemukakan oleh ahli komunikasi lainnya, yaitu Rife, Lacy, dan, Fico. Menurut Rife, Lacy, dan, Fico (1998:20), Analisis isi adalah pengujian yang sistematis dan dapat direplikasi dari symbol-simbol komunikasi yang dimana symbol ini diberikan nilai numerik berdasarkan pengukuran yang valid, dan analisis menggunakan metode statistic untuk menggambarkan isi dari komunikasi, dan dapat menarik kesimpulan serta memberikan konteks, baik produksi maupun konsumsi.

Analisis isi adalah sebuah metode penelitian dengan menggunakan seperangkat prosedur untuk membuat sebuah kesimpulan (*inferensi*) yang valid dari teks Webber (1994:9). Menurut Krippendorff (1980:21;2006:8) Analisis isi adalah suatu teknik penelitian untuk membuat kesimpulan (*inferensi*) yang dapat direplikasi atau ditiru dan datanya asli dengan memperhatikan konteksnya (Eriyanto, 2011:15).

Berdasarkan definisi dari beberapa ahli diatas dapat disimpulkan bahwa analisis isi adalah sebuah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti isi dari sebuah media, baik media cetak maupun media elektronik.. Metode ini dapat digunakan untuk berbagai macam tujuan, seperti untuk membandingkan isi dari

sebuah media, mendeteksi propaganda, menjelaskan kecenderungan dalam sebuah konten komunikasi dan lain lain.

### **2.5.1 Analisis Isi Dalam Komunikasi**

Analisis isi banyak dipakai dalam lapangan ilmu komunikasi, bahkan analisis isi merupakan salah satu metode utama dalam disiplin ilmu komunikasi. Analisis isi digunakan untuk meneliti isi suatu media, baik itu media cetak ataupun elektronik. Analisis isi juga digunakan untuk mempelajari isi (*content*) semua konteks komunikasi, baik komunikasi antarpribadi, kelompok, ataupun organisasi, dengan satu syarat terdapat sebuah dokumen yang tersedia, analisis isi dapat diterapkan.

Melalui analisis isi, peneliti dapat mempelajari gambaran isi, karakteristik pesan, kecenderungan isi dan perkembangan (tren) dari suatu isi. Sebagai contoh analisis isi yang diterapkan dalam penelitian komunikasi adalah studi yang dilakukan oleh Benoit, Sten, dan Hansen (2005). Mereka bertiga pernah melakukan sebuah penelitian terhadap media cetak yaitu surat kabar bernama *New York Times* yang memberitakan mengenai pemilihan presiden di Amerika. Mereka meneliti berita apakah yang dominan dimuat dalam surat kabar tersebut dengan tema pemilihan presiden di Amerika, yang kemudian dibuat lah sebuah kategori dengan tema diatas antara lain : pertarungan kejar-mengejar suara (*horse race*), karakter kandidat, kebijakan, skandal, ataukah informasi pemilih. Hasil penelitian yang dilakukan Benoit, Sten, dan Husein (2005) mendapatkan hasil bahwa dari tahun ke tahun berita yang dominan dimuat dalam pemberitaan *New*

*York Times* adalah berita mengenai pertarungan kejar-mengejar suara (*horse race*) (Eriyanto, 2011:10-11)

### 2.5.2 Fungsi Analisis Isi

Ada banyak fungsi dari penggunaan metode penelitian isi. Menurut Wimmer dan Dominick (2000:136-138 dalam Bagong & Sutinah, 2005) setidaknya ada 5 fungsi dari analisis isi yang dapat diidentifikasi, yaitu :

1. Menggambarkan Isi dalam sebuah Komunikasi (*Describing Communication Content*). Yaitu, mengungkapkan kecenderungan yang terdapat pada isi sebuah komunikasi, baik melalui media cetak maupun media elektronik. Sebagai contoh penelitian dengan tujuan mengetahui apakah *statement elite* tertentu dari media massa menggunakan gaya komunikasi politik yang agresif, menyerang pihak lain, atau submisif, yang cenderung diam dan mengalah? Ataukah surat kabar dalam memberitakan konflik dalam politik bersifat imparial ataukah partisan? (Bagong & Sutinah, 2005:127)
2. Menguji hipotesis tentang karakteristik sebuah pesan (*Testing Hypothesis of Messages Characteristic*). Yang artinya sejumlah peneliti yang menggunakan metode analisis isi akan berusaha menghubungkan karakteristik tertentu dari komunikator (sumber) dengan karakteristik pesan yang dihasilkan. Sebagai contoh Kenney dan Simpson (1993) melakukan penelitian analisis isi peliputan pemilihan presiden di Amerika Serikat pada tahun 1988, yang menemukan hasil bahwa peliputan berita *Washington Post*

cenderung imbang dan tidak memihak, sementara *Washington Times* meliput dengan lebih menguntungkan partai Republik. (Bagong & Sutinah, 2005:127-128)

3. Membandingkan isi media dengan dunia nyata (*Comparing Media Content to the Real World*), Banyak analisis isi digunakan untuk menguji apa yang terdapat dalam sebuah media dengan situasi aktual yang ada dalam kehidupan nyata. Gerbner (1997) misalnya, dia membandingkan antara kekerasan yang ada di dunia pertelevisian dengan kekerasan di kehidupan nyata. (Bagong & Sutinah, 2005:128)
4. Memperkirakan gambaran kelompok tertentu di kalangan masyarakat (*Assessing the Image of Particular Groups in Society*). Sejumlah penelitian analisis isi telah memfokuskan dan mengungkap gambaran sebuah media mengenai kelompok minoritas tertentu. Disinilah analisis isi digunakan untuk meneliti masalah-masalah sosial tentang diskriminasi dan prasangka terhadap kelompok minoritas, agama tertentu, budaya tertentu, dan lain-lain. Sebagai contoh, peneliti meneliti bagaimana orang berkulit hitam ditampilkan dalam film-film Amerika, Apakah lebih sering dikarakterkan sebagai tokoh yang baik hati atau malah menjadi pelaku sebuah kejahatan (Bagong & Sutinah, 2005:128).
5. Mendukung Studi Efek Media Massa. Penggunaan analisis isi juga biasanya digunakan sebagai sarana untuk memulai penelitian efek dari media massa. Seperti pada penelitian *Cultivation Analysis*,



dimana pesan dominan dengan tema-tema isi media yang terdokumentasi melalui prosedur yang sistematis, dikolerasikan dengan studi lain tentang khalayak, penelitian dilakukan dengan tujuan mengetahui apakah pesan-pesan media massa dapat menumbuhkan sikap-sikap yang serupa diantara para pengguna media berat ( *Heavy Users*). Gerbner, Gross, Signorelly, Morgan, dan Jacson Beeck (1979) menemukan bahwa penonton berat TV (*Heavy Viewers*) cenderung lebih takut dengan lingkungan sekitarnya. Agenda Setting, juga merupakan penelitian efek media yang diawali dengan analisis isi terhadap isi media, yaitu “*Content Analysis*” yang digunakan untuk mengetahui agenda media, kemudian akan dikorelasikan dengan agenda publik, yaitu apa yang dianggap penting oleh publik, yang datanya diperoleh melalui survey. (Bagong & Sutinah, 2005:129)

## **2.6 Struktur Kategori**

Lebih spesifik lagi konflik dapat dibedakan berdasarkan situasi-situasi konflik tipikal menjadi 4 jenis konflik berdasarkan pihak yang terlibat, yaitu konflik didalam individu sendiri, konflik antar pribadi, konflik antara individu dengan kelompok, dan konflik antar organisatoris (Winardi, 1994:8)

Berdasarkan pencermatan dan juga dengan memahami maksud dari tema konflik dalam kehidupan berkelompok berdasarkan pihak yang terlibat pada film *Filosofi Kopi 2: Ben & Jody* karya Angga Dwimas Sasongko, maka peneliti menentukan 3 kategori konflik dalam kehidupan berkelompok berdasarkan pihak

yang terlibat pada film *Filosofi Kopi 2: Ben & Jody* karya Angga Dwimas Sasongko, antara lain:

1. Kategori Konflik didalam Individu sendiri, adalah konflik yang terjadi pada dirinya sendiri yaitu pada batin individu itu sendiri. Konflik ini bersifat meresahkan bagi orang-orang yang berhubungan dengannya, dapat disebut konflik yang melibatkan sang individu sendiri. Konflik ini terjadi apabila seseorang memiliki dua keinginan pada waktu yang sama dan tidak mungkin dapat terpenuhi sekaligus, selain itu juga juga ditandai dengan adanya tekanan peran dan ekspektasi di luar yang berbeda dengan keinginan atau harapannya.

Sub-kategori dari konflik didalam individu sendiri yaitu :

- a. Pilihan yang sulit : Konflik ini terjadi dimana adanya individu yang sedang dihadapkan pada sebuah pilihan yang keduanya sama-sama menyulitkan sehingga menimbulkan konflik didalam diri individu itu sendiri.
- b. Menerima kenyataan yang sulit: Konflik ini terjadi dimana individu mau tidak mau harus menerima kenyataan yang tidak sesuai dengan apa yang ia harapkan. Karena setiap manusia pasti menginginkan sesuatu yang sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Akan tetapi jika malah sesuatu yang tidak pernah kita inginkan ternyata yang justru malah terjadi, pasti kita akan sulit untuk menerimanya, kemudian akan menjadi beban dalam batin atau pikiran kita.

- c. Perasaan dalam Batin : Konflik ini adalah konflik yang berhubungan dengan *mood* atau perasaan yang sedang dirasakan di dalam diri individu, seperti perasaan takut, cemas, bimbang dan perasaan negatif lainnya yang dapat menimbulkan konflik dalam diri individu.
  - d. Cemburu : Cemburu adalah sebuah emosi yang dimana konflik ini terjadi pada individu yang tidak ingin jika apa yang dianggapnya berarti diambil atau dimiliki oleh orang lain, dalam hal ini individu lebih banyak menyimpannya dalam-dalam yang kemudian akan menimbulkan kekecewaan dan kesedihan dalam dirinya.
2. Kategori Konflik Antar Pribadi, yaitu Konflik yang terjadi karena adanya pertentangan dengan orang lain.
- Sub-Kategori dari konflik antar pribadi yaitu :
- a. Keseragaman Karakter : Konflik ini terjadi akibat adanya pertentangan karakter dari tiap individu, karena pada dasarnya setiap individu terlahir dengan karakteristik yang sangat beragam, keseragaman tersebut meliputi karakter yang berbeda-beda dari masing-masing individu itu sendiri. keseragaman karakter itulah yang kemudian dapat menimbulkan sebuah konflik. Karena keseragaman tersebut tidak akan dapat dengan mudah diterima oleh tiap individu.
  - b. Pertentangan Keinginan : Konflik ini terjadi akibat adanya 2 keinginan dari 2 individu yang berbeda, yang mana keduanya tidak

mungkin dapat terpenuhi sekaligus. Setiap manusia pasti memiliki keinginan dan tujuan yang berbeda-beda, hal ini yang juga yang sering kali dapat memicu timbulnya sebuah konflik, karena setiap individu memiliki keinginan sesuai dengan tujuannya masing-masing yang keduanya tidak mungkin dapat tercukupi sekaligus.

c. Perbedaan pemikiran : Konflik ini terjadi karena adanya pertentangan pemikiran atau sudut pandang dari masing-masing individu. Karena setiap orang memiliki sudut pandang masing-masing dalam menanggapi sesuatu. Sudut pandang itu sendiri terbentuk seiring berjalannya waktu dan juga berasal dari lingkungannya. perbedaan pemikiran juga dapat menimbulkan sebuah konflik, karena masing-masing individu akan sama-sama merasa benar dengan apa yang ada dipikiran mereka.

3. Kategori Konflik Antara Individu dengan Kelompok, yaitu Konflik yang terjadi antara seseorang dengan sekelompok orang. Sebagai contoh konflik dari sekelompok bawahan dibagian tertentu dengan pimpinan disebuah organisasi. Selain itu konflik ini juga berhubungan dengan cara individu menanggapi tekanan untuk keseragaman yang dipaksakan oleh suatu kelompok di lingkungan tertentu, sehingga terdapat individu yang gagal beradaptasi dengan norma-norma kelompok pada lingkungan tertentu.

a. Gagal Mematuhi Norma : Konflik ini akan terjadi apabila terdapat individu yang gagal mematuhi norma dalam kelompok. Hal ini dapat diartikan bahwa adanya individu yang tidak mematuhi aturan yang ada di dalam sebuah kelompok, sehingga menimbulkan konflik

didalam kelompok itu sendiri yang kemudian dapat merugikan kelompok itu sendiri.

- b. Perbedaan tujuan : Konflik ini terjadi ketika adanya pertentangan tujuan antara satu individu dengan kelompok dalam sebuah kelompok, yang mana masing-masing antara tujuan satu individu berlawanan dengan kelompoknya.

